2. Лисинюк М. В. Мова ЗМІ як показник мовної культури сучасного суспільства Культура і сучасність : альманах. 2020. № 2. С. 33-38.

3. Нечипоренко А. Ф. Мова ЗМІ та її вплив на формування культури мовлення. Національний технічний університет України «КПІ імені Ігоря Сікорського». Київ, 2017. С. 67-69.

4. Пономарів О. Українське слово для всіх і для кожного. К.: Либідь, 2013. 359 с.

5. Українські телеканали і радіостанції успішно перевиконали мовні квоти. URL: https://c4u.org.ua/ukrayinski-telekanaly-i-radiostancziyi-uspishno-perevykonaly-movni-kvoty/ (дата звернення: 09.04.2023).

Ольга Крикун,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
***Науковий керівник** – кандидат філологічних наук,*
*доцент **Володимир Каленич***

ОБРАЗНІ ЗАСОБИ В МЕДІАТЕКСТАХ ГАЗЕТИ «ВІННИЧЧИНА»

У сучасній стилістиці мову ЗМІ традиційно розглядають як окремий підстиль публіцистичного стилю, що обслуговує періодику, радіо, телебачення, рекламу [2, с. 22].

У дослідженні І. Грицая лексика мови засобів масової інформації розглядається як поєднання елементів наукового, офіційно-ділового та художнього стилів, вона має яскраво виражене емоційно-експресивне забарвлення, включає в себе розмовні, просторічні та навіть жаргонні елементи. Публіцистичний стиль активно використовує іншомовні слова та елементи слів, поповнюючи словниковий склад мови [1, с. 27].

У праці М. Пилинського згадується, що однією з основних характерних рис цього стилю є поєднання двох тенденцій – тенденції до експресивності і тенденції до стандарту. Це зумовлено функціями, які виконує публіцистика: інформаційно-змістовна функція і функція переконання, емоційного впливу. Вони мають особливий характер в публіцистичному стилі [3, с. 15].

Найпростішим видом тропів є епітет, але водночас він виступає надзвичайно ефективним засобом увиразнення в публіцистичних текстах. У медіатексті його роль полягає в описі осіб, предметів, явищ, репрезентуючи різноманітні їхні характеристики: візуальні, слухові, емоційні, соціальні та безліч інших. Це активний визначник реалій, який володіє здатністю створити безпосередній конкретний образ означуваного, дати йому оцінку, викликати пов’язані з ним та з подібними йому асоціації, емоційний, культурний, політичний та інші фони: «***Хліборобські турботи** фермерів батька і сина Годзів з придністровської Борівки»* (Вінниччина. – 2021. – № 20. – С. 5); «***Найстрашніший відрізок жвавої траси***» (Вінниччина. – 2021. – № 17. – С. 5).

Потужним засобом виразності в журналістському тексті виступає метафора. Вона створює розгалужене асоціативне поле, що поєднує семантичні поля двох у чомусь подібних предметів або понять, крім того, вона може будуватися на основі вражень або оцінки, додаючи почуттєво-емоційні нашарування на нове значення. Поєднання віддалених асоціацій, сконцентроване в одному тропі, будує власний мікросвіт, у якому взаємодіють характеристики, оцінки, враження, емоції: «*За деякими свідченнями, сама ж проїжджа частина виступала й **своєрідним цвинтарем для небіжчиків***» (Вінниччина. – 2021. – № 17. – С. 5); «*Знову **розцвіли рушники** у світлиці Обласного*

центру народної творчості» (Вінниччина. – 2021. – № 32. – С. 9); «*79 років тому мужня Зоя Данилюк* ***подарувала друге життя*** *Михайлу Курцману*» (Вінниччина. – 2021. – №17. – С. 7).

Різновидом тропа, близького до метафори, є метонімія. Це слово, значення якого переноситься на найменування іншого предмета, пов'язаного з властивим для даного слова предметом за своєю природою. Цей вид тропів зазвичай використовують із метою виразнішого й емоційнішого зображення дійсності, підкреслення певних ознак, але в журналістських публікаціях метонімія сприяє ще й скороченню кількісного складу тексту, оскільки дає змогу уникнути довгих описових структур і невиправданих повторів одного й того ж явища, про яке йдеться і в заголовку, і на початку тексту: «*Змагались «****соколята***» (Вінниччина. – 2021. – № 20. – С. 2); «*Як описує Родіон Малиновський,* ***Кліщів зустрів*** *їх зовсім не привітно» (Вінниччина. – 2021. – № 20. – С.14)*.

Увиразнює мовлення і такий різновид тропа, як гіпербола. Це словесний зворот, в якому ознаки описуваного предмета подаються в надмірно перебільшеному вигляді з метою привернути до них особливу увагу читача. Цей засіб реалізує оцінну функцію в журналістському тексті, даючи змогу автору яскраво виразити свої враження та наділити зображувані явища додатковими відтінками значень: «***Сам Господь Бог*** *поєднав Сніжану з коханим чоловіком, у якого батьки професійно займаються бджолами*» (Вінниччина. – 2021. – № 33. – С. 10).

Евфемізмом називається слово або словесний зворот, що пом'якшує форму вираження висловлюваної думки. Також евфемізми можуть лаконізувати повідомлення, слугуючи заміною для довгих описових зворотів: «***Літній чоловік*** *не знає, де має шукати захисту*» (Вінниччина. – 2021. – № 20. – С. 4); «*Все-таки на* ***вічний спочинок*** *відправлений передчасно*» (Вінниччина. – 2021. – № 25. – С. 15).

Перифраз – мовний зворот, який уживається замість звичайної назви певного об'єкта і полягає в різних формах опису його істотних і характерних ознак. Часто використовується для привернення уваги і виділення певних характеристик особи або предмета повідомлення: «***Медичний «Оскар»*** *отримав військовий з Вінниці*» (Вінниччина. – 2021. – № 32. – С. 1).

Прагматичній меті скорочення кількісного складу повідомлення сприяє вживання уособлення – виду тропів, що полягає в перенесенні властивостей, ознак, поведінкових характеристик людини на тварин, явища навколишньої дійсності, неживі предмети та поняття: «*Коли* ***нагорода знайшла*** *героя*» (Вінниччина. – 2021. – № 20. – С.2).

Використання фразеологізмів у журналістських текстах цілком природне і виправдане, зумовлене такими особливостями стійких словосполучень, як афористичність, влучність, образність тощо. Влучно використаний фразеологізм або вміла його трансформація неодмінно привертають увагу читача. Проте не слід забувати й того, що лише грамотно і доречно використаний фразеологізм дасть очікуваний ефект: «*Останні з могікан*» *хутора Файгород, де у глухій тиші живе старість, спомини, самотність та безнадія*» (Вінниччина. – 2021. – № 29. – С. 7); «*Гине село без води, покидає село молодь, ось уже і «дамоклів меч»* завис над школою – немає дітей» (Вінниччина. – 2021. – № 23. – С. 5); «*Поширеними є думки, що й раніше цей водій, у якого постійно «крутилась копійка», міг собі дозволити п'яненьким сідати за кермо*» (Вінниччина. – 2021. – № 25. – С. 15).

Паралелізм – це вид повтору, сутність якого полягає в одночасному зображенні двох або кількох явищ, здійснюваному в однакових синтаксичних конструкціях В основі паралелізму – зіставлення предметів, подій, явищ за принципом подібності або

контрасту, тому нерідко паралелізм називають прихованим порівнянням. Паралелізм часто будується на зіставленні картин природи з внутрішнім світом людини: «*Його називали найкращим гумористом серед аптекарів і найкращим аптекарем серед гумористів*» (Вінниччина. – 2021. – № 20. – С. 6).

Оксюморон – літературно-поетичний прийом, що полягає у поєднанні протилежних за змістом, контрастних понять, які спільно дають нове уявлення. З точки зору мовознавства він є різновидом тропу, найближчий за сутністю до метафори і гіперболи, тобто зміна значення або навмисне перебільшення. Особливість оксюморона полягає у сполученні різко контрастних, протилежних за значенням слів, внаслідок чого утворюється нова смислова якість, несподіваний експресивний ефект: «*Пам'ятник «неповаги*» (Вінниччина. – 2021. – № 17. – С. 3); «*Я дід, тільки ще молодий*» (Вінниччина. – 2021. – № 19. – С. 6).

Стилістична фігура, протиставлення контрастних явищ, образів і понять, в основі якої часто лежать антоніми – це антитеза: «*Від «тендітної» класики до шаленого року*» (Вінниччина. – 2021. – № 25. – С. 13).

Алегорія – зображення абстрактного поняття за допомогою конкретного явища дійсності, ознаки якого допомагають яскравіше представити це поняття, його основні риси. Розглянутий предмет або поняття не називається прямо, а зображується алегорично з використанням інших явищ дійсності. Відбувається розгорнуте уподібнення одного предмета іншому з допомогою системи натяків, причому прямий сенс зображення не втрачається, але доповнюється можливістю його переносного тлумачення: «*Але «заєць» видерся на дах і намагався втекти, перестрибуючи з вагона на вагон*» (Вінниччина. – 2021. – № 23. – С. 2).

Порівняння – це поширений художній засіб, який у журналістських творах використовується для підвищення виразності і образності описів. Він ґрунтується на порівнюванні описуваних предметів або явищ з іншими з якими-небудь ознаками: «*У старостат – як до церкви*» (Вінниччина. – 2021. – № 32. – С. 6); «*У Липівці – як у тропіках*» (Вінниччина. – 2021. – № 32. – С. 10).

Отже, журналісти газети «Вінниччина» використовують тропи як універсальні засоби впливу на читачів. Ці засоби виразності дуже лаконічні, а тому можуть передати об'ємний зміст у короткій формі, що також важливо для періодики. Тут образність виконує не стільки інформаційну, скільки прагматичну функцію: вона впливає на думки і переконання, викликаючи визначену оцінну реакцію з боку читача. Додаючи журналістським текстам експресивність, емоційність, вона створює підтекст, який дає зрозуміти читачам думку автора.

Маніпуляційна й інформаційна функції текстів «Вінниччини» вимагають привернення уваги та цілеспрямованого впливу на сприймання і свідомість реципієнта, а тому мова журналіста зазвичай яскрава, експресивна й образна.

Список використаної літератури

1. Грицай І. С. Засоби масової інформації як окремий підстиль публіцистичного стилю. Софія : Бял ГРАД – БГ ООД, 2013. 112 с.

2. Завгородня Л. В. Основи літературного редагування та коректури: навч. посібн. Черкаси: Брама–Україна, 2010. 164 с.

3. Пилинський М. М. Взаємодія художнього і публіцистичного стилів української мови. Київ : Наукова думка, 1990. 293 с.